

## Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sarung Tangan Di PT Bona Gloves

Etty Zuliawati Zed<sup>1</sup>, Adzkia Munifa Rohilawati<sup>2</sup>, Alya Aulia Pane<sup>3</sup>, Filipus Marcell Febrian<sup>4</sup>, Tasya Alisyah<sup>5</sup>  
Universitas Pelita Bangsa<sup>12345</sup>  
[ettyzuliawatized@pelitabangsa.co.id](mailto:ettyzuliawatized@pelitabangsa.co.id)

**Abstract.** PT BONA MESTY GEMILANG was established in 2002, which has its head office and factory in Cikarang - West Java, PT BONA MESTY GEMILANG is a manufacturer and supplier of Gloves and Personal Protective Equipment in Indonesia. BONA GLOVES produces PU Gloves, Knit Gloves, Rubber / latex gloves, Nitrile Gloves, PVC Gloves, Cotton Fabric Gloves, Nylon Fabric Gloves, Aprons and masks. The purpose of the study was to determine the effect of price and product quality on consumer purchase satisfaction of PT BONA MESTY GEMILANG gloves on Jl. Villa Mutiara Cikarang No.1 Blok G5 19, Ciantra, South Cikarang, Bekasi Regency, West Java 17530. This research method is a quantitative method with data collection techniques based on a questionnaire of 100 people. In determining the sample, the researcher used a nonprobability sampling method and the data collection technique was measured using a Likert Scale from primary and secondary data sources. After the data is collected, the analysis method used by the research is Quality Test, Classical Assumption Test, Multiple Regression Analysis and hypothesis testing. The results showed that partially, the bona gloves variable had a positive and significant effect on purchase satisfaction. The quality variable has a positive and significant effect on purchase satisfaction. The production quality variable has a positive and significant effect on purchase satisfaction.

**Keywords:** Price, Product Quality, Consumer Satisfaction.

**Abstrak.** PT. Bona Mesty Gemilang di dirikan pada tahun 2002, yang memiliki kantor pusat dan pabrik di Cikarang – Jawa Barat, PT. Bona Mesty Gemilang ini adalah produsen dan pemasok Sarung Tangan dan Alat Pelindung Diri di Indonesia. PT. Bona Gloves Mesty Gemilang memproduksi Sarung Tangan PU, Sarung Tangan Rajut, Sarung Tangan Karet/lateks, Sarung Tangan Nitrile, Sarung Tangan PVC, Sarung Tangan Kain Katun, Sarung Tangan Kain Nylon, Apron dan masker. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pembelian konsumen sarung tangan PT BONA MESTY GEMILANG di Jl. Villa Mutiara Cikarang No.1 Blok G5 19, Ciantra, Cikarang Selatan, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17530. Metode penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berdasarkan kuesioner 50 orang. Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan metode nonprobability sampling dan teknik pengambilan data diukur menggunakan Skala Likert dari sumber data primer serta sekunder. Setelah data terkumpul, metode Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS dan semua instrumen harus melewati beberapa pengujian sebelum dianggap valid dan reliabel dan harus lolos yang digunakan penelitian adalah Uji Asumsi Klasik, Analisa Regresi Berganda dan pengujian hipotesis secara parsial (uji t) dan simultan (uji F), uji determinasi untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel sarung tangan bona gloves memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian. Variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian. Variabel Kualitas produksi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pembelian.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen.

## LATAR BELAKANG

Perkembangan ekonomi dan persaingan usaha semakin ketat, dengan beragamnya pilihan di pasar, konsumen menjadi semakin selektif dalam memilih produk yang akan dibelinya. Oleh karena itu, upaya perusahaan untuk menjamin kepuasan konsumen menjadi faktor kunci bagi kelangsungan hidup perusahaan dalam lingkungan persaingan saat ini. Sebagai akibat dari banyaknya persaingan bisnis, penjual harus berusaha lebih keras untuk memasarkan produk mereka dengan cara yang paling inovatif untuk menarik perhatian konsumen (Fithriyatul Maini et al. 2024). Sarung tangan merupakan salah satu komoditas produk yang dirancang untuk menutupi permukaan tangan manusia yang berfungsi melindungi tangan dari faktor lingkungan seperti panas, angin, debu, bakteri, dan virus (Fadillah, Nofriansyah, Taufik, Informasi, & Triguna Dharma, 2022).

Harga memainkan peran penting dalam mempengaruhi pilihan pembeli dalam membeli barang maupun jasa (Mustika Sari & Piksi Ganessa, 2021). Kualitas produk sudah semestinya menjadi prioritas yang paling utama dan penting dilakukan oleh perusahaan agar produk yang dihasilkan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh badan lokal dan internasional yang mengolah standarisasi mutu (Syahdan and Al-Faritsi 2023). Kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor kunci dalam menjaga daya saing perusahaan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Pengusaha dituntut untuk pandai-pandai dalam merumuskan strategi untuk mengembangkan usahanya. Setiap pengusaha hendaknya memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan pelanggan. Meningkatkan kepuasan pelanggan tidak pernah mudah oleh sebab itu, perusahaan perlu memulai proses panjang dengan penuh kehati-hatian. Kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan utama dalam dunia usaha, karena tanpa konsumen sebuah usaha tidak akan bisa berjalan (Saputro and SWH 2022).

Proses menghasilkan produk yang berkualitas tidak terlepas dari adanya proses produksi yang baik dan akurat. Suatu proses produksi tidak terbatas pada proses mengubah input menjadi output, melainkan menggambarkan bagaimana menghasilkan suatu produk yang memenuhi kebutuhan pelanggan dan spesifikasi produk yang ada dengan biaya yang ada dan kendala manajemen lainnya.

PT. Bone Gloves merupakan salah satu produsen sarung tangan terkemuka di Indonesia yang fokus pada pembuatan berbagai jenis sarung tangan untuk kebutuhan industri dan sehari-hari. Bona Gloves memiliki mesin rajut otomatis penuh, mesin celup sarung tangan, mesin cetak sarung tangan, mesin pengepakan, mesin pemotong atom, dan mesin jahit sarung tangan. Kualitas produk sarung tangan yang dihasilkan oleh PT Bone Gloves

sangat dipengaruhi oleh pemilihan bahan baku yang digunakan. Bahan baku merupakan komponen fundamental dalam proses produksi yang menentukan karakteristik akhir dari produk, seperti ketahanan, kenyamanan, elastisitas, dan kemampuan melindungi dari kondisi eksternal. Bahan baku yang digunakan PT. Bona Gloves ini adalah jenis lateks, karena sarung tangan dari lateks menawarkan elastisitas dan ketahanan yang baik, namun bisa saja kurang nyaman atau menyebabkan alergi bagi beberapa pengguna. Sementara itu, kain sintetis menyediakan alternatif yang lebih ekonomis namun kualitasnya sangat bergantung pada jenis dan teknologi produksi yang digunakan.

PT. Bone Gloves juga harus terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing dengan kompetitor di industri sejenis. PT. Bona Gloves selalu berupaya untuk memenuhi kebutuhan konsumennya, terutama mengenai kualitas produknya. PT. Bona Gloves selalu memperhatikan keunggulan produknya dibandingkan produk pesaing. Pengendalian (quality control) dilakukan dengan sangat hati-hati untuk memeriksa kualifikasi dan mutu produk serta kesesuaiannya dengan spesifikasi produk yang ditentukan. Untuk menjamin produk yang dihasilkan pada proses pembuatan produk mempunyai kualitas yang tinggi, maka kualitas bahan baku juga harus diperhatikan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi pengaruh berbagai jenis bahan baku terhadap kualitas produk sarung tangan yang di produksi oleh PT. Bona Gloves. Dengan memahami bagaimana setiap jenis bahan baku mempengaruhi karakteristik produk akhir, perusahaan dapat melakukan pemilihan bahan yang lebih tepat untuk meningkatkan kualitas dan kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga akan memberikan wawasan tentang peluang untuk inovasi bahan baku baru yang mungkin dapat meningkatkan performa produk sarung tangan PT. Bona Gloves di pasar.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat dihasilkan rekomendasi yang komprehensif mengenai strategi pemilihan bahan baku yang optimal, yang tidak hanya memperhatikan aspek kualitas tetapi juga efisiensi biaya dan daya saing produk di pasar global. Dengan demikian, PT Bona Gloves dapat terus mempertahankan reputasinya sebagai produsen sarung tangan berkualitas tinggi dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin beragam.

## **KAJIAN TEORI**

### **Harga**

Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi Keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk (Afif and Aswati 2022).

Menurut Philip Kotler dan Armstrong (2013:151) harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli, hal ini berlaku dalam Negara miskin, namun faktor non harga telah menjadi lebih penting dalam perilaku memilih pembeli pada dasawarsa (10 tahun) ini.

Harga sebenarnya adalah nilai suatu barang tertentu yang dinyatakan dalam satuan moneter atau alat tukar. Padahal, tingkat nilai atau harga tidak hanya mempertimbangkan faktor fisik, tetapi juga faktor psikologis dan faktor lain yang mempengaruhi harga.

### **Indikator Harga**

Indikator yang digunakan dalam penetapan harga antara lain (Kotler dan Amstrong 2016) :

a. **Penetapan Harga Jual**

Keputusan penetapan harga, seperti halnya keputusan bauran pemasaran lainnya harus berorientasi pada pembeli. Penetapan harga yang berorientasi pada pembeli yang efektif mencakup memahami berapa besar nilai yang ditempatkan konsumen atas manfaat yang mereka terima dari produk tersebut dan menetapkan harga yang sesuai dengan nilai ini.

b. **Elastisitas Harga**

Seberapa responsif permintaan terhadap suatu perubahan harga. Jika permintaan hampir tidak berubah karena sedikit perubahan harga, maka permintaan tersebut tidak elastis/inelastis. Jika permintaan berubah banyak, kita menyebut permintaan tersebut elastis. Semakin tidak elastis permintaan, semakin besar kemungkinan penjual menaikkan harga.

c. **Pertumbuhan Harga Pesaing**

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan penetapan harga perusahaan adalah harga pesaing dan kemungkinan reaksi pesaing atas tindakan penetapan harga yang dilakukan perusahaan. Seorang konsumen yang cenderung membeli suatu produk atas evaluasi harga serta nilai produk pembandingan sejenis lainnya.

## **Kualitas Produk**

Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Kualitas merupakan salah satu dari indikator yang penting bagi sebuah perusahaan untuk dapat tampil berbeda ditengah banyaknya persaingan dalam dunia industri (Yulistria, Putri Handayani, Hidayat Susilowati, Aulia, & Bina Sarana Informatika, 2023). Kualitas produk adalah kapasitas yang dimiliki dari suatu produk pada fungsinya yang meliputi terhadap proses serta peningkatan produk yang bernilai lainnya untuk memuaskan kebutuhan yang dapat memenuhi harapan konsumen (Intan Aghitsni and Busyra 2022).

## **Indikator Kualitas**

Menurut (Asman Nasir, 2021) yang dapat disimpulkan bahwa ada beberapa indikator kualitas produk sebagai berikut: a) Produk dalam berapa lama dalam penggunaan produk yang dapat kita gunakan sebagai perbaikan produk yang Performance, yaitu suatu adanya berkaitan dengan kualitas barang yang dapat menggambarkan bagaimana keadaan sebenarnya atau apakah cara pelayanan dengan baik atau belum; b) Range and type of features, yaitu suatu adanya berkaitan dengan sebuah fungsi terdapat dari produk atau pelanggan yang sering kali yang berbelanja produk yang memiliki keistimewaan atau kemampuan yang akan dimiliki sebuah produk dan pelayanan tersebut; c) Reliability atau durability, merupakan sebuah adanya berkaitan dengan kehandalan diperlukan; d) Sensory characteristic, yang menjelaskan dengan penampilan, corak, daya tarik, variasi pada suatu produk dan juga beberapa faktor yang dapat menjadi sebuah kualitas yang penting dalam sebuah aspek tersebut; e) Ethical profile and image, yang dapat berkaitan dengan adanya bagian terbesar dari kesan seorang pembeli kepada sebuah produk dan pada pelayanan Perusahaan.

## **Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk**

Menurut Tjiptono (Tjiptono, 2008) Kualitas produk dipengaruhi oleh beberapa faktor faktor. Pada era industri sekarang ini, agar dapat memperkuat penjualannya di pasaran perusahaan berlomba berfikir untuk dapat mempertahankan kualitas produk yang mereka punya serta meningkatkan kualitasnya. Menghasilkan inovasi terbaru karena konsumen senantiasa lebih selektif dalam pertimbangan kualitas produk yang akan dibelinya. Oleh karena itu para pelaku usaha di berbagai bidang industri bergantung pada karakteristik produk dan produksinya ialah 6M :

- a. Market (Pasar)
- b. Money (Uang)
- c. Management (Manajemen)

- d. Men (Manusia)
- e. Motivation (Motivasi)
- f. Material (Bahan)

### **Kepuasan Konsumen**

Peter J. Paul dan Olson Jerry C. (2010) menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah rangkuman keadaan psikologi yang dihasilkan kala emosi yang meluap dengan harapan tidak sesuai serta diperbanyak oleh perasaan-perasaan yang tercipta mengenai konsumen yang telah mengalami mengonsumsi. Kepuasan pelanggan adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidaksihinggaan yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan (Mardjani et al., 2023). Jika seorang konsumen merasa puas terhadap suatu produk, maka wajar jika ia akan terus menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut. Dengan cara ini, produk perusahaan dinyatakan terjual di pasaran, perusahaan memperoleh keuntungan, dan pada akhirnya perusahaan dapat bertahan dan akan berkembang.

### **Indikator Kepuasan Konsumen**

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari (2019:92) adalah:

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksihinggaan antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Kesediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian dengan metode kuantitatif. Metode Penelitian Kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2009:14) dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi/sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

## **Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang ada. Populasi dalam penelitian ini ialah masyarakat pengguna atau konsumen *sarung tangan Bona Gloves* di daerah Cikarang.

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu (Dewi, 2021). Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan metode *nonprobability sampling*. Peneliti menggunakan teknik yang berjenis *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun yang menjadi kriteria dalam pemilihan sampel yaitu:

1. Berusia 17-30 Tahun
2. Pernah belanja *sarung tangan Bona Gloves*.

Banyaknya sampel yang akan diteliti sebanyak 50 responden.

## **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mendapatkan yang tepat. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, yaitu suatu Teknik pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan yang berkaitan dengan produk yang akan diteliti dan dibagikan pada karyawan PT. sarung tangan bona gloves. Menurut Sugiyono (2017:199) Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Dengan skala Likert, maka variabel-variabel yang akan di ukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrument yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Persetujuan responden terhadap pernyataan dalam kuesioner dibuat dengan skala 1-5.

Metode pengumpulan data yang dipergunakan yaitu melalui kuesioner google form. Kuesioner yang disebarakan mencakup rangkaian pernyataan mengenai permasalahan yang berkaitan dengan objek studi. Dengan cara menyebarkan link kuesioner yang sudah dibuat menggunakan google form.

## **Teknik Analisis Data**

### **Uji Asumsi Klasik**

1. Uji Regresi Linier

### **Pengujian Hipotesis**

1. Uji Parsial (Uji-T)

2. Uji Simultan (uji F)
3. Uji Koefesien Determinasi

### Metode Analisis

Analisis data merupakan suatu proses penyajian data kedalam bentuk yang mudah dibacakan dan diinterpretasikan. Dengan metode kuantitatif, diharapkan mampu menghasilkan pengukuran data yang akurat tentang respon yang diberikan oleh responden, sehingga data tersebut dapat diolah menggunakan metode statistik. Analisis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi, uji t parsial.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi Klasik

#### Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,603	0,600		2,671	0,010
	Harga	1,048	0,308	0,259	3,402	0,001
	Kualitas Produk	0,700	0,073	0,734	9,633	0,001

a. Dependent Variable: TS.Y

Tabel 1. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Dari hasil analisis regresi linear berganda di atas diketahui persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,603 + 1,048 + 0,700$$

Keterangan;

1. Nilai konstanta sebesar 1,603 merupakan nilai variabel Keputusan konsumen (Y) yang belum dipengaruhi oleh variabel Harga dan Kualitas Produk.

2. Variabel Harga (X1) memiliki koefisien regresi yang positif sebesar 1,048. Artinya setiap variabel Harga (X1) meningkat sebesar 1 maka keputusan pembelian meningkat sebesar 1,048 dan berlaku juga sebaliknya. Dengan asumsi variable Kualitas Produk (X2) dalam keadaan konstan.
3. Variabel Kualitas Produk (X2) memiliki nilai koefisien regresi positif sebesar 0,700. Artinya setiap variabel Kualitas Produk (X2) naik sebesar 1 maka akan meningkatkan nilai Keputusan Konsumen (Y) sebesar 0,700 dan berlaku juga sebaliknya. Dengan asumsi variabel Harga (X1) dalam keadaan konstan.

### Uji Parsial(Uji T)

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,603	0,600		2,671	0,010
	Harga	1,048	0,308	0,259	3,402	0,001
	Kualitas Produk	0,700	0,073	0,734	9,633	0,001

Dependent Variable: TS.Y.

Tabel 2. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Dari persamaan tabel diatas maka dapat ditarik penjelasan sebagai berikut:

1. Hasil Uji T pengaruh variabel Harga (X1) terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai t hitung sebesar  $3,402 > t$  tabel sebesar  $2,704$  dan nilai signifikannya sebesar  $0,001 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Harga terhadap keputusan pembelian
2. Hasil Uji T pengaruh variabel Kualitas Produk (X2) terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai thitung sebesar  $9,663 > t$  tabel sebesar  $2,704$  dan nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.974 <sup>a</sup>	.949	.947	1.307

Predictors: (Constant), Kualitas Produk(X2), Harga(X1)

Tabel 3 Uji Koefisien Determinasi

Hasil dari Model Summary memiliki kegunaan untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel atau lebih di dalam persamaan regresi. Disini yang dilihat adalah pada nilai R-Square. Nilai R-Square pada hasil ini menunjukkan nilai sebesar 0.949 atau 94,9%. Nilai ini mengandung arti bahwa pengaruh Harga (X1), Kualitas Produk (X2), terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 94,9%, sisanya sebesar 5,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model. Syarat hubungan antar variabel baik atau tidak bila nilai R-Square diatas 50% artinya baik, jika dibawah 50% artinya belum baik.

### Uji Simultan(Uji F)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1526,177	2	76,089	446,798	0,001 <sup>b</sup>
	Residual	81,980	48	1,708		
	Total	1608,157	50			

a. Dependent Variable: TS.Y

b. Predictors: (Constant), TS.X2, X1.1

Tabel 4. Uji Hasil Simultan (Uji F)

Berdasarkan hasil uji f dari tabel diatas diperoleh nilai f hitung sebesar 446,798 dan nilai signifikannya sebesar  $0,001 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi variabel Harga dan Kualitas Produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

### Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *Harga* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Penelitian ini menjelaskan apabila sarung tangan PT Bona Gloves meningkatkan variabel Harga maka keputusan pembelian meningkat. Hal ini sejalan dengan

teori menurut (Kotler dan Keller (2021:278) menyatakan bahwa “harga ialah elemen bauran pemasaran yang memberikan keuntungan dan menghasilkan biaya.

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menjelaskan apabila Shopee meningkatkan variabel kualitas produk maka keputusan pembelian semakin meningkat. Hal ini sejalan dengan teori menurut (Sinulingga, 2021) kualitas produk adalah sebuah adanya elemen usaha yang dapat kita perlu perhatikan oleh konsumen atau pelanggan, namun ada khususnya bagi konsumen atau pelanggan yang ingin mempertahankan kualitas produk kita yang ingin kita pasarkan.” Berdasarkan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan suatu totalitas yang memiliki karakteristik dari produk atau jasa yang dapat menunjukkan sebuah ukuran yang melihat seberapa tinggi tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang mereka gunakan serta berapa lama kepercayaan itu dapat bertahan.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil dari “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SARUNG TANGAN DI PT BONA GLOVES” tersebut dapat disimpulkan pentingnya harga dan kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, khususnya bagi PT Bona Gloves, produsen sarung tangan terkemuka di Indonesia. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pembelian konsumen produk PT Bona Gloves. Temuan utama dari analisis yaitu :

1. Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga yang lebih tinggi dapat menyebabkan peningkatan keputusan pembelian.
2. Kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Meningkatkan kualitas produk dapat menyebabkan peningkatan keputusan pembelian.
3. Harga dan kualitas produk secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menyoroti pentingnya strategi penetapan harga dan menjaga kualitas produk yang tinggi untuk menjamin kepuasan pelanggan dan daya saing di pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M., & Aswati, N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 4(2).
- Ajjah, N., Harini, D., Riono, S. B., Manajemen, S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan Pada Toko Roti Gembong Gedhe). In *Management And Entrepreneurship Research* (Vol. 1, Issue 2).
- Amin Nur Fadilah, Garancang Sabaruddin, & Abunawas Kamaluddin. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1).
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado The Influence Of Brand Image, Promotion And Service Quality On Consumer Purchase Decisions On Tokopedia E-Commerce In Manado City. *663 Jurnal Emba*, 9(2), 663–674.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2023). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). : : *Journal Of Economic, Management And Entrepreneurship Research*, 1(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Dewi, R. (2021). Pengaruh Kemampuan Kerja, Motivasi Dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja Karyawan Pt. Bina Buana Semesta. *Jebi Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 16(1). [www.jurnal.stiebi.ac.id](http://www.jurnal.stiebi.ac.id)
- Dwi Saputri, A., Handayani, S., & Kurniawan, M. D. (2021). Pengaruh Disiplin Kerja Dan Pemberian Insentif Terhadap Kinerja Karyawan Pt Putra Karisma Palembang. In *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sdm E* (Vol. 2, Issue 1).
- Ekonomi Berkelanjutan, P., Widyaningrum, B., Roro Suci Nurdianti, R., Ekonomi, P., & Keguruan Dan, F. (2022). *Teori Manajemen Perubahan Kurt Lewin: Kajian Dalam Menghadapi Disrupsi Pendidikan Post-Covid 19* (Vol. 19). <http://jurnal.untidar.ac.id>
- Ekonomi Bisnis, J., Dan Akuntansi, M., Fithriyatul Maini, Y., Maryam, S., Islam Zainul Hasan Genggong, U., & Naskah, H. (N.D.). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Upaya Meningkatkan Omset Penjualan Toko Zahra Grosir*.
- Fadillah, N., Nofriansyah, D., Taufik, F., Informasi, S., & Triguna Dharma, S. (2022). Implementasi Metode K-Means Untuk Mengelompokkan Sarung Tangan. *Jurnal Sistem Informasi Tgd*, 1(6), 845–854. <https://ojs.trigunadharmas.ac.id/index.php/jsi>
- Ifah Erna Nur, & Ramadhani Rachmat. (2024). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar Tradisional. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(1).
- Intan Aghitsni, W., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi Dan Akutansi)*, 6(3), 2022.

- Mardjani, B. D., H V J Lopian, S. L., Mangantar, M., Dwiseptiawan Mardjani, B., V Joyce Lopian, S. L., Mangantar, M., Manajemen, J., & Ekonomi Dan Bisnis, F. (2023). *Studi Kasus Gojek Dan Maxim Di Kota Manado) The Effect Of Price, Promotion And Service Quality On Consumer Satisfaction In Online Transportation (Case Study Of Gojek And Maxim In Manado City. 11(1), 942–952.*
- Maryati, & Khoiri, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 11(1).*
- Mustika Sari, R., & Piksi Ganesha, P. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). 5(3), 2021.*
- Saputro, M. A., & Swih, M. A. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Krisfite Spicy Di Kabupaten Tulungagung. *Jurnal Cita Ekonomika, 16(2), 96–110.* <https://doi.org/10.51125/Citaekonomika.V16i2.6665>
- Syahdan, F. R., & Al-Faritsi, A. Z. (2023). Pengendalian Kualitas Produk Sarung Tangan Golf Di Pt X Menggunakan Seven Tools. *Jurnal Cakrawala, 12.*
- Tahir, M. (2023). *Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.* [www.Nexparabola.Co.Id](http://www.Nexparabola.Co.Id)
- Wahyuningsih, N., Ernawati, S., Studi Manajemen, P., Tinggi Ilmu Ekonomi Bima Jln Wolter Monginsidi Komplek Tolobali, S., & Bima, K. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rocket Chicken Kota Bima. In *Journal Scientific Of Mandalika (Jsm) (Vol. 2, Issue 5).* <http://ojs.cahayamandalika.com/index.php/jomla/issue/archive>
- Yulistria, R., Putri Handayani, E., Hidayat Susilowati, I., Aulia, S., & Bina Sarana Informatika, U. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Mitra Bangun Perwira. *Jurnal Swabumi, 11(1), 2023.*